Semeador

julho-agosto/88

Mariano Santiago

DA MESA DO EDITOR

Quero sugerir-lhe um projeto de comunicação para o dia e outro para a noite. Durante o dia, não é preciso dizer: colportagem. À noite, que tal escrever cartas, sejam estas pessoais ou missionárias.

Nesta edição apresentamos dicas para uma venda mais eficiente e sugestões práticas na hora de elaborar uma carta missionária. Projetos que irão aperfeiçoar seu trabalho e aumentar sua lista de correspondentes.

Acredito que nunca deveríamos pensar que temos alcançado um grau suficiente de conhecimento ou técnica. Deus espera que desenvolvamos continuamente os talentos que Ele nos concedeu, unicamente para Sua honra e glória. Se o seu talento é comunicação, comunique-se com Deus e com os outros, comunique-se de várias maneiras, mas lembre-se: nunca é tarde para aprender a se comunicar melhor. Agora é o tempo.

Boa leitura.

ÍNDICE

Da Mesa do Editor
A hora de aperfeiçoar a comunicação 2

Cuidados Para Vender Melhor
Os "pecados" cometidos pelo colportor 3

Ao Papel, Com Carinho
Um interessante ramo da obra missionária . 6

Fatos e Informações
Com matéria gravada no México 8

Como Enfrentar as Críticas
Peneiras para o que se diz 11

Espinhos na Equipe de Colportagem
Pare de cultivar aquilo que espeta 12

XPTL: Cliente Identificado
Última parte 13

Os Números do Segundo Trimestre
Relatórios 15

SEMEADOR - Editado bimestralmente pela Editora Missionária "A Verdade Presente" - Rua Flor de Cactus, 140 - 08580 - Itaquaquecetuba, SP.
Gerente Geral: Gerson S. de Barros; *Redator-Chefe:* Olyntho S. Soares; *Editor:* Ricardo E. Devai; *Revisor:* Isaías S. Lima; *Diretor de Arte:* Juarez Pereira; *Diagramador:* Mariano Santiago; *Colaborador Especial:* José Barbosa.
Toda correspondência deve ser enviada para:
SEMEADOR — Caixa Postal 135 - 08580 - Itaquaquecetuba, SP.

Distribuição gratuita.

CUIDADOS PARA VENDER MELHOR

Há muito tempo venho insistindo, nos cursos que realizo, que o vendedor comete vários e sérios "pecados" (sem perceber, é claro) ao praticar o ato da venda.

Vamos tratar de três deles. Um é o inadequado uso do tempo dos verbos; o outro é não saber formular perguntas que levem o cliente ao ponto que interessa a ele, vendedor; e, finalmente, o mau uso da palavra "não".

Vamos tratar do primeiro deles: o inadequado uso dos tempos verbais. Quando o vendedor aborda o cliente, quer obter, é óbvio, o pedido. Em outras palavras, o vendedor quer que o cliente pratique uma ação, pois diz: "Se o sr. comprasse"; "o sr. teria"; "o sr. pagaria"; "as suas vendas aumentariam"; "o sr. faria"; o sr. ganharia"; e assim por diante. O verbo utilizado no futuro do pretérito não leva ninguém a agir; muito pelo contrário, leva à dúvida, pois se o próprio vendedor não está seguro do que diz e dos resultados positivos que o cliente irá obter, imagine então como fica a cabeça deste. Com mais dúvidas ainda, e com toda a razão.

O vendedor não pode transmitir dúvida, em momento algum da entrevista, no que diz respeito às vantagens da compra. Não pode, portanto, usar orações condicionais. Tem que dizer com toda a convicção possível; "comprando o sr..."; "o sr. terá"; o sr. ganhará"; "o sr. fará"; e assim por diante. O tempo do verbo que leva à ação é aquele que afirma, que não deixa margem a nenhuma dúvida, por isso habitua o cliente a ir sentindo-se já dono do produto. Isto faz com que o cliente já "se veja" usando o que o vendedor está lhe oferecendo. Leva à ação, que é exatamente o objetivo do vendedor. Ao contrário do verbo no condicional.

Esse "pecado" demonstra claramente o "interior" do vendedor; a sua própria insegurança, pois, quando temos certeza de uma coisa, não dizemos: "O sr. teria", dizemos: "O sr. terá".

O segundo erro é o mau uso das perguntas. Vamos, rapidamente, contar uma história para ilustrar o que queremos dizer. Uma granja vendia seus ovos para bares que os utilizavam nos sanduíches que serviam. O balconista, ao atender o freguês, perguntava: "O sr. quer com ovo ou sem ovo?"

O freguês, normalmente, respondia: "sem ovo". Porque era a última opção que o balconista lhe tinha dado, e, porque, sem ovo ficaria mais barato. Feita esta constatação, mudou-se a pergunta para: "O sr. quer com um ou dois ovos?" Passou a vender os ovos, porque a opção dada não incluía "sem ovo", mas sim um ou dois ovos.

A conclusão disto é que, ao fazer perguntas ao cliente, o vendedor não pode colocar, como opção, uma possível resposta negativa, mas, sim, alternativas positivas, qualquer que venha a ser a resposta do cliente. Então, em vez de perguntar: "O sr. quer esta camisa?" deve-se perguntar: "O sr. prefere esta ou aquela?" Desta forma o vendedor está colocando o cliente no "ponto" que interessa, ou seja, entre duas opções, mas ambas positivas para ele, o vendedor. É o que se convencionou chamar de técnica de pergunta alternativa, onde, para dizer "não", o cliente tem que pensar "duas vezes", já que esta opção não lhe está sendo apresentada. Pode parecer que isto é uma bobagem, mas não é. Aqueles que sabem se utilizar desta "técnica" vendem muito mais do que os que não têm esta habilidade.

Por fim, o mau uso da palavra "não". O vendedor, definitivamente, não pode usar esta palavra no ato da venda, pois ela é a "encarnação" exatamente do que ele não quer que aconteça. Ela é a negação da ação. É comum ouvirmos vendedores perguntando: "O sr. não gostaria?" "Por que o sr. não compra?"

Agindo desta forma, o vendedor dá uma verdadeira aula de "como não vender". A palavra "não" derruba qualquer esforço, pois leva o cliente a pensar em não comprar.

"O vendedor tem de transmitir convicção e segurança..."

Sempre que estamos inseguros e temerosos, usamos esta forma de dizer: "Por que o sr. não...?" Ao agir dessa forma o vendedor está demonstrando claramente a sua insegurança, o seu medo. O vendedor tem de transmitir convicção e segurança, isto é, exatamente o contrário do que transmite ao usar o "não".

Obs: *Eduardo Ferreira Botelho, o autor desta matéria, é gerente de desenvolvimento da OESP Gráfica.*

AO PAPEL COM CARINHO

Escrever cartas hoje em dia parece uma tarefa bem comum. Uma caneta, folhas de papel, envelope, alguns selos e uns minutos disponíveis. Mas, será que realmente é assim? O que dizer das pessoas que recebem nossas cartas pessoais? Será que elas guardam com carinho ou simplesmente as amontoam junto às correspondências de bancos, repartições públicas etc? Pense bem, você pode tornar suas cartas mais agradáveis experimentando as dicas de Janet Dunn, missionária que trabalha com projetos de comunicações nos EUA. As sugestões, aqui adaptadas, são para cartas missionárias, mas valem para as pessoais.

Ao começar a escrever, lembre-se de que você está preparando *uma* carta para *uma* pessoa, embora possa ser lida por outros. Porém, no preparo, tenha apenas um indivíduo em mente, e não um auditório. Escreva em tom pessoal e caloroso, como se estivesse escrevendo para seu melhor amigo. Lembre-se: as pessoas não recebem suas cartas como grupo, mas individualmente.

Acrescente detalhes e objetividade à sua carta. Em vez de dizer "Estamos todos bem e com saúde", diga "Papai está com um aspecto melhor e eu estou fazendo ginástica todos os domingos". Ou "a obra missionária tem feito grande pro-

gresso", melhor seria "sábado passado tivemos quatro visitantes em nosso templo."

No início de uma carta, dispense as expressões tradicionais, como "Espero que ao receber esta carta todos estejam gozando de felicidade e bem-estar". Em vez disso, principie a carta de uma forma original, diferente — com um fato recente, por exemplo. "Ontem estivemos falando sobre você e sua amável família, e resolvi escrever-lhe um pouquinho." Deixe a saudação. Comece com um fato interessante, como já dissemos, ou uma pergunta, uma declaração provocante ou ainda um pensamento curioso. Nunca comece sua carta com desculpas, pois dão um tom negativo.

No caso de cartas missionárias, sugere-se também: a) Escreva as cartas e deixe-as por um dia ou dois. Depois, torne a lê-las, talvez encontre alguma idéia confusa ou pontos que podem ser melhorados. b) Boas cartas são geralmente centralizadas num assunto. Tratar de um só tema deixa uma impressão duradoura na mente do leitor. Escolha a mensagem que você deseja transmitir e elabore toda a carta em função dela. c) Preocupe-se também com a aparência e estética da carta. Evite encher demais a folha de papel. Uma figura, foto ou quadro interessante pode acrescentar mais beleza à carta. e) Esteja atento à gramática, erros de composição e palavras mal escritas, pois tendem a ficar na cabeça do leitor por mais tempo

do que a mensagem. Coloque também seu nome e endereço completos, a data e alguma referência à organização em que você trabalhe.

Boas cartas missionárias dão trabalho. Acabe com o hábito de escrever suas cartas às pressas. Planeje. Ajunte pensamentos importantes, figuras significativas e outros materiais para sua próxima carta. Uma carta missionária bem elaborada pode alcançar não só uma alma, mas também quantas lerem a carta, passada de mão em mão.

Comece hoje, escolhendo o assunto de sua próxima carta.

SEIS MESES DEPOIS

"Nove missionários — sete brasileiros e dois paraguaios — partiram de Manaus, Brasil, rumo à cidade de Bogotá, Colômbia, no dia 27 de janeiro". Assim começava a notícia publicada na edição março-abril/88 do OV. Agora, seis meses depois, numa gravação feita em Tlalnepantla, localidade próxima à Cidade do México, no México, o colportor Ricardo Rodrigues conta as primeiras experiências do grupo brasileiro que não eram apenas nove, mas dez com a filha do irmão Joel de Souza.

Inicialmente, o grupo brasileiro desembarcou na Colômbia onde ficou por três meses, exceto o irmão Daniel Baez e esposa que, não conseguindo visto pelo mesmo tempo, tiveram de viajar para a Argentina. Na Colômbia, encontraram de 20 a 25 colportores; no mês de fevereiro, houve um minicurso, com a participação do irmão Edmur Germano Ramos, atual diretor de colportagem naquele país. Dispunham das seguintes obras, para venda: *Las Plantas Curan* (brochura e encadernado) e *Como Vivir Sano* (2 volumes).

Uma das experiências difíceis e abençoadas aconteceu exatamente quando pensavam em ir da Colômbia para a Venezuela, país afamado por dificultar a entrada de turistas. Embora todos dissessem que era impossível entrar na Venezuela, a tentativa foi feita, e Deus abriu as portas. A princípio, cumpriram as exigências iniciais do consulado — preenchimento de formulário, fotos e uma taxa de US$10. Porém, posteriormente, exigiu-

se deles que apresentassem conta bancária e declaração de renda. Após argumentarem por uns momentos, foram levados ao cônsul. Ainda, antes de falar com o cônsul, tiveram de conversar com uma senhora e esta começou a perguntar-lhes acerca da passagem de ida e volta (para o Brasil), e a resposta foi que voltariam por terra. Ao deparar-rem com a dificuldade, sabiam que "somente Deus poderia atuar", nas palavras do irmão Ricardo — e ele começou a orar. O irmão João Baiense fez o mesmo. Veio o cônsul. Novamente alguns contratempos. E por fim a resposta daquele representante venezuelano, depois de ter sido solicitado um visto para 60 dias, foi: "Está bem; então vocês vão pagar no banco esse dinheiro e voltem aqui que a *visa* de vocês vai ser concedida".

Ao chegarem à Venezuela, encontraram três colportores e, após a conferência reorganizadora da Associação, muitos jovens se interessaram por este ministério. Ali, além dos livros já mencionados, colporta-se também com *Las Curas Maravillosas del Limón y la Naranja* e *Sanidad Para Todos*.

Posteriormente, o irmão Ricardo Rodrigues e sua esposa seguiram para o México e têm planos de viajar para a Guatemala e Honduras, enquanto esperam por um visto de entrada em Puero Rico, EUA. Ele ainda menciona a necessidade "de pessoas que tenham coragem, principalmente que tenham fé em Deus", para se lançar nesta obra evangelística; e lembra que "às vezes a gente passa por dificuldades", mas tudo isso "realmente é uma escola para o colportor". Ele conclui dizendo que seria uma experiência valiosa para cada colportor que tivesse esta oportunidade. (Antes de encerrar esta edição, conversamos por telefone com o irmão Joel de Oliveira, prestes a viajar de Boa Vista, Roraima, onde esteve por três semanas, para Caracas, na Venezuela. Ele informou-nos que continuam colportando na Venezuela - ele e o irmão Francisco de Assis Rodrigues, com as respectivas famílias.)

Detalhe: O livro *Las Plantas Curan* é impresso nos Estados Unidos, mas o lote existente está no fim e os livros já estão sendo impressos na Colômbia, com pequenas modificações, fato que provavelmente reduzirá o custo de produção. Quanto aos dois tomos do *Como Vivir Sano*, são preparados na editora argentina.

HORMÔNIO DE ENGORDAR BOI É CANCERÍGENO

A carne consumida pelo brasileiro está contaminada por um hormônio cancerígeno. Proibido no mundo inteiro, inclusive no Brasil, o *dietilestilbestrol* (DES) é contrabandeado para o País e pode ser comprado até em lojas de produtos veterinários. A denúncia é da revista *Saúde,* da Editora Azul, que está nas bancas a partir de hoje.

Durante três meses, a jornalista Conceição Lemes visitou fazendas, centros de análises e conversou com pecuaristas, veterinários e contrabandistas. "Todo mundo sabe que o DES é usado na engorda de bois, mas os exames do Ministério da Agricultura nunca encontraram nada", afirmou. A repórter não entendia a razão, mas depois de aplicar o hormônio em um boi e mandar amostras do fígado do animal para análises, descobriu que o método de exame não funciona, pois só detecta doses elevadas da droga, muito acima daquela que é necessária para acelerar o crescimento do gado.

O dietilestilbestrol provoca mutações genéticas. Experiências em laboratórios mostraram que o hormônio pode causar tumores na próstata, testículos, rins, medula óssea, bexiga, colo do útero, mamas e endométrio (camada que reveste o útero). O DES fica acumulado no organismo, favorecendo o aumento dos depósitos de gordura e inchaços. Os homens e as mulheres correm risco de impotência e infertilidade. OESP 16/8/88.

COMO ENFRENTAR AS CRÍTICAS

Emmanuel Jorge Lichtenstein

Se você vive no meio de seres humanos, certamente de uma maneira ou de outra será criticado. E se é humano, certamente não gostará dessas críticas. Não interessa o quanto diga que não o preocupa o que dizem os outros, a verdade é que preferiria que ninguém fizesse observação alguma.

Apesar disto, elas surgem. Delicadas ou rudes, amáveis ou cruéis, as críticas o alvejarão. Podem vir dos seus inferiores, de seus iguais ou de seus familiares, do seu patrão, do público ou dos seus rivais... alguém certamente vai pensar que o senhor não é tão perfeito assim, e não terá escrúpulos em o dizer.

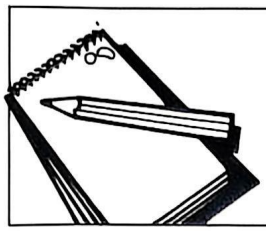
E agora, como enfrentar estas críticas?

I — **Aceite-as com Calma**

Não se irrite. Não fique nervoso. Se você atua na vida pública... escritor, professor, pastor, prefeito, ou presidente de alguma comissão... ser criticado faz parte do seu trabalho. Esta crítica pode ser verdadeira ou falsa, justa ou imerecida, mas o senhor não poderá dizer de que classe é, até que respire fundo, acalme, e a analise com frieza. Agora, se está numa situação de dependência... se é operário, cozinheiro, ou jovem de recados... a crítica faz parte do seu salário. Se tem um patrão, sempre terá um crítico. E esta crítica muitas vezes valerá mais do que o seu ordenado.

II — **Aceite-as sem Ódio**

Não se apresse em tirar a conclusão de que se alguém o critica é porque o odeia. A pessoa que o ama mais e deseja o melhor para você, pode ser o seu crítico mais severo. E ainda que a crítica fosse inspirada pelo ódio, inveja ou mesquinharia, como freqüentemente acontece, não lhe fará bem algum retrucar com o ódio. Ainda que viesse do seu pior inimigo, não tem que o odiar, porque então o seu inimigo teria conseguido o seu objetivo: fazê-lo sentir-se mal, e torná-lo pior, ao invés de melhor. A gente continua.



O COLPORTOR PERGUNTA

Temos enfrentado problemas em nossa equipe de colportagem. Uns querem mandar o tempo todo, outros não obedecem e às vezes cada um faz aquilo que quer, prejudicando o grupo. Há muita teimosia. Como devemos agir?

É difícil falar sem conhecer o grupo, porém, passaremos alguns princípios gerais válidos para qualquer equipe de colportores. Se o problema já atingiu grandes proporções, não adianta ficar olhando com cara feia ou viver isolado em meio aos colegas.

É momento de parar e, num espírito de perdão e oração, solucionar a questão.

Comecem pela comunicação franca entre os elementos do grupo, onde todos se colocam numa mesma posição, sem existir aqueles que "têm razão" e aqueles que "cometeram o erro". Evitem contar longas histórias ou reclamar das conseqüências passadas. Ataquem o problema, lembrando-se das regrinhas publicadas na JUVENTUDE (maio/88), a saber: a) Qual é o problema? b) Qual é a causa do problema? c) Quais as soluções possíveis? d) Qual a melhor solução? Desta maneira, se pode resolver objetivamente alguma questão que afete o grupo.

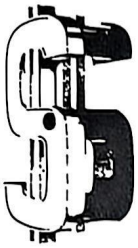
Porém, caso sejam dificuldades internas, de relacionamento, é possível que a causa esteja na falta de medidas elementares para qualquer grupo. Citaremos apenas duas*, mostrando em seguida os problemas que podem ser evitados.

1. Explicar cuidadosamente o regulamento do grupo, insistindo-se sobre os direitos e os deveres do indivíduo diante do grupo. Permitir que ele conheça detalhadamente as leis da equipe. Isso evita discussões sem fim quanto aos direitos e deveres de cada um.

2. Descrever, minuciosamente, as tarefas a serem executadas, da parte de cada um, e pô-las explicitamente nos compromissos escritos. Isto evita que cada um faça coisa diferente da que deve, entrando assim em conflito com os companheiros. Evita também que o indivíduo recuse fazer uma tarefa porque ignorava que tinha essa obrigação.

Mas, por favor, jamais deixem a Deus de lado durante estas reuniões. Contem a Ele primeiramente os problemas. Caso o clima "esquente", convém fazer um intervalo e, com uma oração sincera começar as discussões outra vez. Também não avancem noite adentro, pois só prejudicará as atividades do dia seguinte. É necessário construir pontes e não abismos.

* Adaptadas da obra *Relações Humanas na Família e no Trabalho*, de Pierre Weil.



XPTL — CLIENTE IDENTIFICADO — II

Apresentamos agora os tipos restantes.

O tipo oposto ao indeciso é o *positivo,* decidido, cheio de confiança em si mesmo. Gosta de decidir-se e quer tomar sempre as próprias decisões. Não atura imposições do vendedor. Geralmente é próspero, e por isso, acha que sabe mais do que o vendedor. É um tipo difícil de tratar. A tática do vendedor deve ser esta: já que ele pensa saber tudo, vamos deixar que ele continue pensando assim. Proteja-lhe o orgulho! Nunca o vença na discussão. Evite discutir com ele. Pelo contrário; faça-lhe perguntas como se quisesse aprender com ele, e dirija a conversa imperceptivelmente para a mercadoria que pretende vender-lhe. Faça com que ele simpatize com você. Ele gosta mais dos vendedores que ouvem, do que daqueles que falam. Pergunte-lhe qual é o motivo do seu êxito. Pegue-o

na sua vaidade. Não tente "vender-lhe", já que o tipo positivo, cheio de confiança em si, gosta de dar pedidos e não suporta "ser convencido". Ele quer tomar as suas próprias decisões. Este tipo, uma vez conquistado, será um freguês leal. É difícil conquistá-lo, porque é leal aos seus fornecedores antigos. Precisamente por isso, vale a pena aceitar alguns desaforos para conquistar um freguês leal.

Parece ser fácil lidar com o freguês *conversador* e simpático. Mas, na hora de efetuar a venda, ele sabe esquivar-se com a mesma delicadeza com que tratou o vendedor durante toda a entrevista. É incrível como este tipo consegue enfraquecer e amolecer a vontade do vendedor. Não se deixe distrair, por este tipo manhoso, da sua função de vendedor. Não permita que a simpatia pessoal do freguês e suas conversas sobre outros assuntos impeçam que você lhe fale em negócios (este tipo é muito freqüente no Brasil, particularmente no interior). Claro que é preciso tratá-lo de modo afável; dois dedos de prosa são necessários. Mas, isso é apenas o prelúdio para negociar com ele — que o vendedor nunca se esqueça disso! A amizade não deve sobrepor-se aos negócios!

Acontece que precisamente os melhores amigos deste tipo não lhe vendem, ou lhe vendem muito pouco, desarmados pela amizade. Naturalmente, esté tipo não comprará tampouco do vendedor frio, reservado e demasiadamente seco. É preciso encontrar um caminho intermediário: simpatia, sim; mas, também negócios. Deixe o freguês manifestar-se até o ponto necessário à realização de um negócio. Depois intervenha com suave decisão, no momento psicológico!

O tipo contrário é o freguês *calado* e "antipático". Parece ser o mais difícil de tratar, já que não se manifesta, e deixa o vendedor no escuro. É preciso aprender a gostar desse tipo, para tratá-lo com afabilidade sincera. Adapte-se à sua atitude e trate-o bem. Exponha-lhe claramente o valor da sua mercadoria e as vantagens da sua oferta, indiferente ao seu mutismo. Ele comprará ao verificar que a mercadoria oferecida lhe proporcionará boas vantagens. Ele comprará de quem lhe oferecer negócios rendosos e bom tratamento.

Em todo o caso, qualquer que seja o tipo do freguês, o vendedor sempre precisa respeitar o seu ponto de vista para satisfazer-lhe os desejos. Nunca deve mostrar que o está tratando segundo uma classificação, um esquema, um método. O bom vendedor oculta a sua arte. Faça com que o freguês acredite estar tomando as suas próprias decisões. "Faça com que o freguês sinta que está comprando — e não que lhe estão vendendo — se quiser contar com a sua aquiescência e não com a sua resistência."

Paul W. Yvey.

Adaptado de Aspectos Psicológicos da Venda, *Hugo Schlesinger, Editora Lidador.*

RELATÓRIO DO TRABALHO DOS COLPORTORES NAS ASSOCIAÇÕES QUE COMPÕEM A UNISUL — UNIÃO SUL BRASILEIRA

2.º TRIMESTRE DE 1988

Diretor: Geremias Peres Nunes

Associações	Diretores	Colportores	Livros Encad.	Livros Broch.	Bíblias	Revistas	Folhetos	Visitas e Estudos	Valor das Entregas
ASPA	Valdemar J. Domingos	116	12.478	981	4	1.176	3.537	574	12.578.002,10
ARJES	Eser Ribeiro Aquino		6.391	34		287			11.175.524,00
APASCA	Nilson Nunes da Silva	71	245	155	1	41	1.103	103	11.005.212,00
ASSOMAT	Benedito Florêncio	22			1		888		3.570.215,00
ASSURIG	Paulo Afonso da Silva		2002			26	1057		3.469.352,00
TOTAIS		209	21.116	1.170	6	1.530	6.585	677	41.798.305,10

RELATÓRIO DO TRABALHO DOS COLPORTORES NAS ASSOCIAÇÕES QUE COMPÕEM A UNINORTE — UNIÃO NORTE BRASILEIRA

2.º TRIMESTRE DE 1988

Diretores: João Luiz dos Reis e Jorge Alves Santos

Associações	Diretores	Colportores	Livros Encad.	Livros Broch.	Bíblias	Revistas	Folhetos	Visitas e Estudos	Valor das Entregas
ASCENBRA	Celso Gonçalves e Elias	54	5.879	2.430		420	5.450	485	10.468.592,00
ASMIN	Lázaro José Alves	66	5.641	376	11	509			9.590.640,40
ABASE	Elisaldo Souza Santos	60	4.750	10		57	680	164	9.243.086,00
TOTAIS		180	16.270	2.816	11	986	6.130	649	29.302.318,40

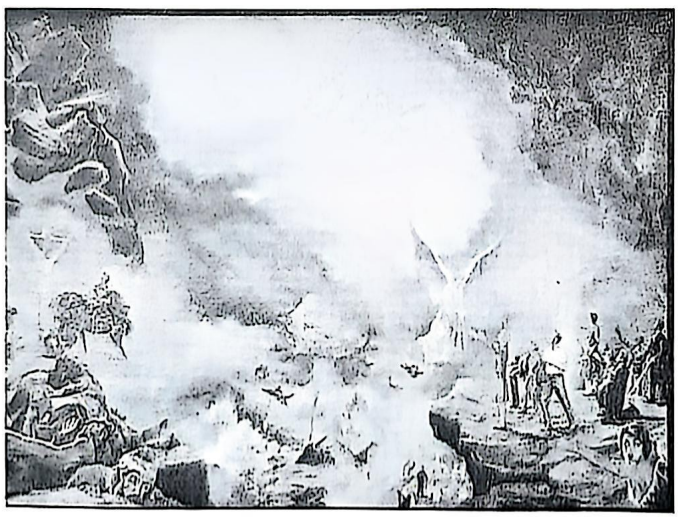
Obs: Não recebemos os relatórios das seguintes associações: ASAM, ASSAMO e ANOB.

NA PRÓXIMA EDIÇÃO

A Caminho do **Stress**

O **Stress**, assunto atual, consta da pauta de muitos editores de revista. E este mal tende a aumentar, pois suas causas multiplicam-se cada instante. Na próxima edição você vai conhecer outro membro da família "estressariana" — os impulsores.

Onde Está a Vossa Fé



Uma reflexão breve sobre a simplicidade da fé. Ter fé significa acreditar inteiramente em gloriosos eventos futuros — como a breve volta de Cristo — em acontecimentos históricos reais — como a morte de um Salvador no Calvário. Mas, acima de tudo, a fé é necessária em momentos de angústia e desespero.